

Akademie der  
Toblacher Gespräche

Accademia dei  
Colloqui di Dobbiaco



# Hans Heiss

Auf dem Weg zur begehrtesten Destination  
Europas? Tourismus in Südtirol 2001-2015.



## **Auf dem Weg zur begehrtesten Destination Europas? Tourismus in Südtirol 2001-2015.**

„Sanfter Tourismus“ war stets mehr fromme Hoffnung als Wirklichkeit, widerspricht die Vermutung der Sanfttheit doch der innersten Natur der touristischen Bewegung.

Im folgenden werfen wir den Blick auf die touristische Entwicklung Südtirols in den verflissenen 15 Jahren, in ökonomischer, ökologischer und kultureller Hinsicht und tun dies im Kontext der alpenweiten Trends, in denen unser Land eine bestimmte Gangart verkörpert. Anschließend suchen wir zu bestimmen, wohin die Reise geht, versuchen zu orten, was wünschbar wäre und was weniger wünschenswert erscheint. Zunächst ein allgemeines Urteil über den größeren Zusammenhang:

- Tourismus in den Alpen büßt an Bedeutung und Zugkraft ein: Denn im globalen Horizont ist der alpine Tourismus rückläufig, er verliert an Positionen und standing gegenüber anderen, stark wachsenden Destinationen und Zukunftsräumen im Weltmaßstab.
- Die Alpen selbst erleben eine neue touristische Konzentration, eine Verdichtung von Destinationen, die Werner Bätzing, der Doyen der Alpenforschung, jüngst klar markiert hat.
- Diese Verdichtung beruht auf neuen Megatrends, auf Formen neuer Kapitalbildung und dem absehbaren ökologischen Turnaround des Klimawandels.

Bätzing ortet vier Formen des alpinen Tourismus, unter denen er das bayerisch-westösterreichisch-Südtiroler Modell hervor hebt, das er so charakterisiert

- durch eine kleinbetriebliche Angebotsstruktur,
- die starke Quote nicht-gewerblicher Anbieter,
- eine vergleichsweise schwache Zweitwohnungsstruktur,
- einen hohen Anteil einheimischen Kapitals
- eine stark endogen geprägte, von einheimischen Kräften getragene Tourismusedwicklung.

In Südtirol agierten drei Hauptakteure touristischen Erfolgs:

Die Unternehmen selbst, die sich mit Inhabern und Mitarbeiterschaft im Tourismusmarkt neu positionierten, die Steuerungs- und Lenkungsfunction der öffentlichen Hand, zumal der Südtirol Marketing Gesellschaft, schließlich die Gästeströme, die sich verstärkt auf Südtirol ausrichteten.

Die Tourismusbetriebe durchliefen im Jahrzehnt 2001-2011 einen Prozess druckvoller Qualifikation und Professionalisierung, die auf den ersten Blick positiv beeindruckten.

Qualifikation, Professionalisierung, Destinationsbildung und Marktbereinigung sorgten für Krisenfestigkeit auch im Verlauf der Durststrecke des Finanz- und Wirtschaftsdesasters 2008-2015.

Nur im verflossenen Jahr gab es eine kleine Delle der Nächtigungszahlen, die heuer bereits wieder wettgemacht wird, trotz des seit 2011 anhaltenden Rückgangs der italienischen Gäste, des zweiten Hauptmarkts nach den Bundesdeutschen, deren Anteil bei inzwischen knapp 60% hält. Ist es also um den touristischen Mikrokosmos von Südtirol bestens bestellt, geht es weiterhin voran?

Trotz der unbestritten positiven Bilanz der letzten 15 Jahre, die sich auch vorteilhaft abhebt vom enormen Druck, den etwa der Tourismus unserer Tiroler Nachbarn auf viele Täler ausübt, sei auf einige Problemzonen verwiesen, auf sieben Hauptsünden des Genusslandes Südtirol:

- Grundverbrauch
- Landschaftszerstörung
- Architektonische Genmanipulation
- Energiefresserei
- Erhöhte Bodenpreise
- Heimliche Überschuldung
- Falsche Mobilität.

Diese sieben Hauptsünden, die Seven Bad Sisters, stehen dem Postulat eines „Sanften Tourismus“ nachhaltig entgegen, sie gilt es klein zu halten, um den Weg eines auch ökologisch überzeugenden Genusslandes zu beschreiten.